

캡스톤디자인(종합설계) 지원신청서								
소속학부(과)		디지털콘텐츠공학과			팀명		재근이와 아이들	
개설 연도 및 학기		2022 학년도 □1학기 <input checked="" type="checkbox"/> 2학기			교과목명		캡스톤디자인1(기업연계프로젝트)	
주제		원광대 디콘과 홍보 자료 만들기						
유형		<input type="checkbox"/> 일반형		<input checked="" type="checkbox"/> 기업연계형		<input type="checkbox"/> 기술이전형		
기술이전 희망금액		(기술이전금액) 천원						
참여기업현황	기업	기업명	(유)나인펄스		소재지	전북 완주군 이서면 출판로46-12 진영빌딩 5층 501호		
		사업자번호	579-81-00505		주요생산품목	3D 콘텐츠 개발 및 서비스		
	담당자	성명	송 운 영		소속부서	경영지원부		
		H.P			E-mail			
기업연계 담당교수		소속	디지털콘텐츠공학과		성명	신광성 (인)		
참여 학생 현황								
순	구분	이름	학부(과)	학년	학번	H.P	E-mail	
1	팀장	여주영	디지털콘텐츠공학과	3	20202814			
2	팀원	임지윤	디지털콘텐츠공학과	3	20202827			
3	팀원	이가을	디지털콘텐츠공학과	3	20202818			
4	팀원	황수정	디지털콘텐츠공학과	3	20202840			
5	팀원	오재근	디지털콘텐츠공학과	3	20183330			
6	팀원							
7	팀원							
8	팀원							
산출경비내역		비목	산출내역				금액	
		재료비					달마다	
		인쇄비					천원	
		학생여비					천원	
		학생회의비	( 1 )천원 × ( 5 )인 × ( 2 )회				125천원	
		총액				125천원		
<p>위와 같이 캡스톤디자인(종합설계) 지원 신청서를 제출합니다.</p> <p style="text-align: center;">2022 년 9 월 28 일</p> <p style="text-align: right;">             지원학생(팀장) 여주영 ( 여주영 )              참여기업 담당자 송운영 (서명 또는 )              사업책임자(지도교수) 이용환 (이용환 인)         </p>								
원광대학교 LINC 3.0 사업단장 귀하								

## 캡스톤디자인(종합설계) 과제 실행계획서

### 서론

#### 1-1 과제 설계의 필요성

##### (1) 디지털 콘텐츠 시장의 성장

디지털 콘텐츠란 1)디지털화된 방법으로 제작, 유통, 소비될 수 있는 제품군을 의미하며, 구체적으로는 최근에 각광받고 있는 각종 동영상 파일, 이미지 파일, MP3 음악 파일, 멀티미디어 서적 등이 있음. 디지털 콘텐츠는 디지털 형태로 존재하고, 유통 및 소비도 디지털 형태로 이루어짐.

2) 콘텐츠 산업은 디지털 기술의 발전에 따른 제작, 편집, 공유의 용이성으로 인해 디지털 콘텐츠 중심으로 제작 환경이 변화했음. 이러한 변화와 더불어 IT인프라 개선으로 인한 콘텐츠에 대한 접근성이 향상되었으며 PC에서 스마트폰까지 디지털 콘텐츠를 소비할 수 있는 스마트기기가 다양화, 경량화, 이동 편의성을 보유하게 됨에 따라 소비자의 디지털 콘텐츠 소비가 확대되었음. 이에 콘텐츠 산업의 디지털 트랜스포메이션 가속화로 VR/AR, AI 등 신기술과 결합된 융합콘텐츠가 확산됨에 따라 디지털 콘텐츠는 전방위 산업에서 영향력을 높이며 글로벌 경제 내 핵심 산업으로 성장하고 있음.

이러한 디지털 콘텐츠의 사용 인구는 지속적으로 증가하고 있음. 전 세계적으로 빠른 속도의 인터넷 보급이 증가하면서, 디지털 콘텐츠 사용 인구도 증가하고 있음. 시장조사 기관 스탯이스타(Statista) 조사에 따르면, 사람들이 주로 사용하는 디지털 콘텐츠인 동영상과 게임, 음악, 전자출판 콘텐츠 이용자 수는 모두 증가하고 있는 것으로 나타남. 2018년 게임 콘텐츠 이용자는 16억 6,400만 명을 기록했으며, 2023년까지 연평균 4.9%로 증가해 약 20억 명까지 증가할 전망이다. 디지털 음악 콘텐츠 이용자는 연평균 6.2%로 증가해 2023년에는 19억 6,000만 명을 기록하고, VOD 이용자는 19억 4,100만 명을 돌파할 전망이다. 한편, 2019년 11억 5,400만 명을 기록한 전자출판 콘텐츠 이용자 수는 연평균 4.6% 성장하여 2023년에는 15억 1,000만 명을 돌파할 것으로 보임.

2) 그리고 스마트기기의 보급은 모바일 콘텐츠 시장의 성장을 견인하고 있음. 스탯이스타의 조사에 따르면, 2011년 86억 달러를 기록한 글로벌 모바일 콘텐츠 시장 규모는 2018년 689억 달러까지 성장하였음. 향후 모바일 콘텐츠 시장은 연평균 10.2%의 성장률로 꾸준히 증가하여 2020년에는 837억 달러를 기록할 것으로 예측됨.

##### (2) 코로나 이후 영상 콘텐츠의 발전

3) 코로나 팬데믹으로 인해 미디어 산업이 빠르게 재편되고 있음. 사회적 거리 두기로 인해 집에 있는 시간이 증가하면서 디지털 플랫폼 이용이 증가했고, 미디어에 유통과 소비까지 더해져 디지털 플랫폼의 커머스 기능까지 강화됐음. 바야흐로 미디어 대전환 시대라 할 수 있는 것임.

4) 코로나 이후 OTT 플랫폼이 더욱 활성화되었고 성장세를 이룸. OTT는 , N-스크린 등으로 지칭되는 인터넷 동영상 제공 서비스임. OTT는 "Over The Top"의 줄임말로 본래 (방송) 셋톱박스를 통하지 않는 방송 서비스를 의미하는 말이었음. 유튜브(Youtube) 같은 동영상 제공 서비스도 포함하는 의미로 폭넓게 사용되고 있음. N-스크린(N-screen)은 "n개의 스크린"이란 뜻으로 영상 콘텐츠를 스마트폰, PC, TV, 태블릿PC 등 여러 개의 디지털 단말기를 통해 제공하는 서비스를 말함. 사실상 두 단어는 거의 같은 의미를 갖는다고 보아도 무방함.

2) 이러한 온라인 동영상 시장은 매년 꾸준히 성장하고 있음. 최근 OTT 서비스의 약진과 유튜브 등의 무료 동영상 공유 플랫폼의 인기가 높아지면서 온라인 비디오 시장 매출 성장은 더욱 두드러질 전망이다. 스탯이스타의 조사에 따르면, 2017년 246억 6,000만 달러를 기록한 온라인 비디오 시장 매출

은 2019년 297억 4,000만 달러로 성장할 것으로 추산됨. 아울러 2027년에는 46% 증가한 436억 달러를 기록할 것으로 전망되었음.

[그래프 1] 디지털 콘텐츠 종류 별 사용 인구 변화 추이 (단위: 억 명)



자료 : Statista

[그래프 3] 글로벌 온라인 TV 및 영화 시장 전망 (단위: 억 달러)

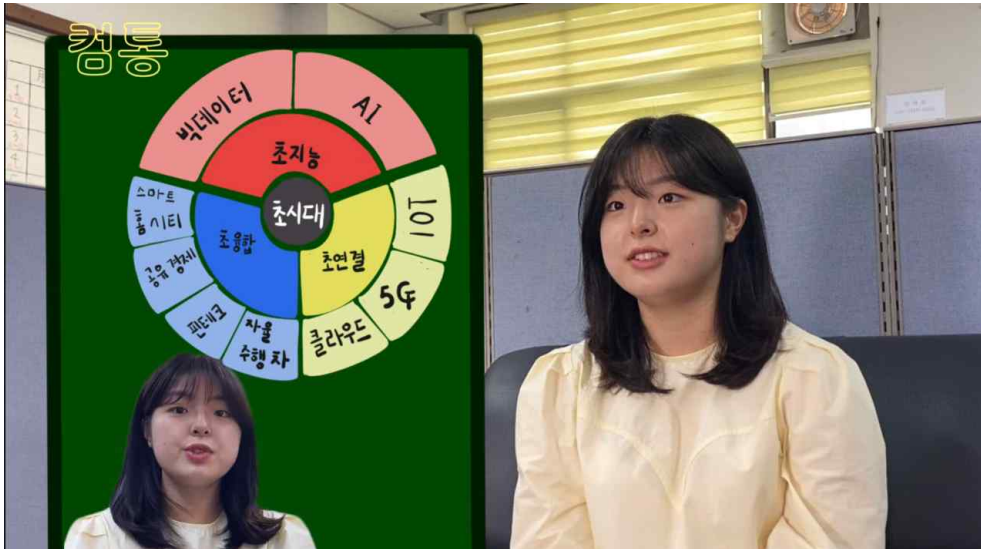


자료 : Statista

1-2 과제의 개요

(1) 유사 콘텐츠

1) 다른 학교의 다른 학과의 학과 홍보 영상



- 조선대학교 컴퓨터통계학과에 대해 상황을 부여해 설명하고 있는 영상임. 이 영상의 좋은 점은 참고 자료에 정성이 담긴 것이 인상 깊었음. 아쉬운 점은 전개가 부자연스러웠고, 과도한 연출이 있다고 느껴져서 집중이 되지 않았음.



- 안산대학교 사무행정학과에 대해 간단하고 빠르게 소개한 영상임. 이 영상의 좋은 점은 영상의 화면 전환이 매끄럽고, 깔끔한 자막으로 영상을 한 눈에 보기 좋게 만들었음. 아쉬운 점은 학생 한 명만 앞세워서 학과에 대한 설명은 빠르게 넘어가고, 학과를 홍보하기에는 영상의 내용이 적합하지 않다는 생각이 들었음.



- 성균관대 소프트웨어학과에 대해 교수님, 학생들이 나와 인터뷰 형식으로 진행되는 영상임. 이 영상의 좋은 점은 교수님이 앞장서서 학과를 홍보하려고 영상을 촬영한 부분이 인상 깊었음. 아쉬운 점은 학과에 대한 소개는 잘 진행되는 것 같으나, 그 소개가 너무 길고 참고 자료가 부족한 것 같았음. (사진 자료로만 대체)

우리는 다양한 영상을 찾아보며 장단점을 분석했고, 이 과정에서 만들 영상의 구성과 방향성을 잡을 수 있게 되었음. 그렇게 나온 아이디어가 현실적인 조언이 담긴 학과 홍보 영상임. 더 자세한 정보를 줄 수 있는 영상을 만들되, 재미 요소까지 놓치지 않도록 영상을 구상했음.

**본론**

**2-1 주요 수행 내용**

- (1) 누구나 쉽게 접할 수 있는 영상 플랫폼을 통해 학과를 홍보하는 영상 제작할 예정임.
  - 1편) 디지털 콘텐츠 공학과에서 배우는 과목 소개, 프라임관 AR/VR 체험실에 있는 VR 장비, 사용 방법 소개
  - 2편) 디콘과 학생의 하루 VLOG (프라임관 디콘과 강의실, 동방 소개)
    - 5분 내의 두 개의 영상을 만들어서 정보전달과 영상의 퀄리티, 재미를 놓치지 않으려고 함.
- (2) 디콘과 인스타그램 계정에 올릴 인스타툰 제작
  - 학과에서 일어나는 일들과 관련된 주제들을 선정하여 학과 인스타그램 계정에 올라갈 인스타툰을 만들 예정임.
  - 정보전달보다는 재미, 학과 인스타그램 홍보를 목적으로 만들 예정임.
- (3) HTML로 학과 홍보 페이지 제작
  - 학과 홍보만을 위한 홈페이지를 따로 제작해 영상 링크와 영상의 비하인드 컷 / NG 컷도 업로드 하여 볼거리가 더 많은 원광대학교 디지털 콘텐츠공학과 홈페이지를 만들 예정임.
  - 인스타툰 링크도 홈페이지에 추가로 게시할 예정임.

## 2-2 수행 방법

개발 내용	개발 방법	구성 환경	예시
콘텐츠 제작	영상 제작	adobe premiere pro	
HTML	홈페이지 제작	크리에이터링크	

## 2-3 수행일정

구분	주요내용
1주차	프로젝트 자료조사 및 팀원 구성
2주차	프로젝트 아이디어 조율 및 회의
3주차	프로젝트 신청서 및 계획서 작성
4주차	프로젝트 영상 · 인스타툰 · 홍보 페이지 자료 수집 및 계획
5주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 / 인스타툰 작업 / 홍보 페이지 작업
6주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 / 인스타툰 작업 / 홍보 페이지 작업
7주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 / 인스타툰 작업 / 홍보 페이지 작업
8주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 / 인스타툰 작업 / 홍보 페이지 작업
9주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 / 인스타툰 작업 / 홍보 페이지 작업
10주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 / 인스타툰 작업 / 홍보 페이지 작업
11주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 / 인스타툰 작업 / 홍보 페이지 작업
12주차	프로젝트 디자인 보완, 결과 보고서 작성
13주차	프로젝트 영상 · 인스타툰 · 홍보 페이지 완성

## 결론

### 3-1 최종 목표

- 원광대학교 디지털 콘텐츠공학과를 효과적으로 홍보함으로써 학과의 위상을 높이는 것임.
- 신설과인 디지털 콘텐츠공학과에 대한 정보를 후자들에게 쉽고 빠르게 전달할 수 있는 영상을 제공하려고 함.
- 디지털 콘텐츠가 정확히 무엇인지, 어떤 내용을 배우고 활용할 수 있는지를 영상 콘텐츠로 제공하되, 지루하지 않도록 재미 요소를 추가하여 학과 정보를 전달하려고 함.

### 3-2 활용 방안

원광대학교 디지털콘텐츠공학과 학과 홍보 영상을 “유튜브 콘텐츠”의 형태로 제공하는 것에 그치는 것이 아니라, 추가적인 편집을 통하여 유튜브 쇼츠 혹은 인스타 릴스 등에 업로드가 가능함. 위와 같은 쇼츠 영상은 체류시간이 상대적으로 높기 때문에 사람들 머리에 쉽게 각인할 수 있다고 생각됨.

다시금 유행하고 있는 코로나 바이러스로 인해 오프라인 학과 체험이 어려워지고 있는 상황에서, 자세한 학과 설명과 홍보를 겸한 영상을 이용하게 된다면 오프라인 학과 체험을 진행하지 않더라도 학과에 대한 정보를 자세히 전달할 수 있게 될 것임.

## 참고문헌

- 1) 디지털 콘텐츠 [digital contents] (컴퓨터인터넷IT용어대사전, 2011. 1. 20., 전산용어사전편찬위원회)
- 2) 글로벌 디지털 콘텐츠 시장 보고서, (2019.10., 정보통신산업진흥원)
- 3) 김순강, “코로나 이후, 모든 회사가 미디어 회사 된다?”, 2020.11.27.
- 4) 이범준, “디지털 콘텐츠 유통 생태계의 변화”, 2016.12

## 참고영상

<https://youtu.be/epeQhBv4t54> 연세대학교 행정학과 홍보 영상 공모전 우수상

<https://youtu.be/CFH3zKVVgM0> 조선대학교 컴퓨터통계학과 홍보 영상 공모전 우수상

<https://youtu.be/6xEtsCczncg> 안산대학교 사무행정학과 홍보 영상



4. 예상소요예산 (금액은 부가세 포함 금액)							
항목	품명	용도	규격	단위	수량	단가	금액
재료비							
재료비							
재료비							
재료비							
(학생)회의비	회의비	회의			2회*5명	12,500	125,000
합계							
5. 참여인원현황 및 담당업무 (학생용)							
번호	이름	학과명	학년	학번	담당업무	연락처	
1	여주영	디지털 콘텐츠공학과	3	20202814	기획, 문서, 편집		
2	이가을	디지털 콘텐츠공학과	3	20202818	디자인, 편집		
3	임지윤	디지털 콘텐츠공학과	3	20202827	문서, 디자인, 편집		
4	황수정	디지털 콘텐츠공학과	3	20202840	디자인, 편집		
5	오재근	디지털 콘텐츠공학과	3	20183330	기획, 편집		
6							
7							
(기업용)							
번호	이름	회사명	소속/직위		담당업무		
1	송운영	(유)나인펄스	경영지원부 / 이사		지원총괄		
2							
3							
4							
5							



## 캡스톤디자인 산학연계 수업계획서(기업연계형/기술이전형)

산업체명

(유)나인필스


주	수업내용	산학 연계 내용
1 주차	프로젝트 자료조사 및 팀원 구성	
2 주차	프로젝트 아이디어 조율 및 회의	
3 주차	프로젝트 신청서 및 계획서 작성	
4 주차	프로젝트 영상 · 인스타툰 · 홍보 페이지 자료 수집 및 계획	
5 주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 인스타툰 작업, 홍보 페이지 작업	
6 주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 인스타툰 작업, 홍보 페이지 작업	
7 주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 인스타툰 작업, 홍보 페이지 작업	
8 주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 인스타툰 작업, 홍보 페이지 작업	
9 주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 인스타툰 작업, 홍보 페이지 작업	
10 주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 인스타툰 작업, 홍보 페이지 작업	
11 주차	프로젝트 영상 촬영, 편집 인스타툰 작업, 홍보 페이지 작업	
12 주차	프로젝트 디자인 보완, 결과 보고서 작성	
13 주차	프로젝트 영상, 인스타툰, 홍보 페이지 완성	
14 주차		
15 주차		
16 주차		


## 캡스톤디자인 산학연계 교육협약서(기업연계형/기술이전형)

회사명	유한회사 나인펄스		
주상품	3D 콘텐츠 개발 및 서비스	매출액(전년도)	140(백만원)
종업원 수	3명	전화번호	
주소	전북 완주군 이서면 출판로46-12 진영빌딩 5층 501호		

(유)나인펄스는(는) 원광대학교 LINC 3.0 사업단에서 진행하는 2022학년도 2학기 기업연계형 캡스톤디자인을 진행함에 있어 애로기술에 대한 문제를 제시하고 이를 해결하기 위하여 상호 협력하고 양질의 결과물 도출을 목표로 산학연계 교육과정을 성실하게 수행할 것을 약속합니다.

2022년 10월 일

과제책임자 : 송 윤 영  또는 인)

참여기업명 :                      대표자 : 노 인 규  인)

**원광대학교 LINC 3.0 사업단장 귀하**